

OTROS

NOCIONES DE MARKETING: PUBLICIDAD

LA PEOR PUBLICIDAD ES LA QUE NO SE HACE.

Bajo este comienzo tan contundente vamos a dar unos breves consejos acerca del sentido y los contenidos mínimos que debería tener nuestra actividad de comunicación con los clientes.

Lo primero que tenemos que tener en cuenta y asumiendo nuestra humildad impuestas por las condiciones del mercado en el que vamos a trabajar, es que somos una empresa nueva y que nuestros posibles compradores no saben que estamos ahí. Dependiendo del tipo de negocio que iniciemos, una vez definido el perfil de nuestro *cliente* modelo, a continuación debemos establecer que medio es el más adecuado para llegar a él, limitados por la escasez de recursos financieros para acometerlo.

Si como es frecuente trabajamos a nivel de barrio (nuestros clientes no se desplazarán demasiado para comprar), utilizar la prensa de distribución gratuita será un buen canal de comunicación; otro recurso es el buzoneo, pues por poco dinero podemos hacer una o varias campañas de presentación a nuestros clientes, pudiendo recuperar su coste con un bajo nivel de captación de compradores / as que atienda a nuestra publicidad.

La publicidad que puedan hacernos nuestros proveedores, ya sea directamente, ya sea por medio de la presentación de sus productos, es algo que debemos incluir en los procesos de negociación cuando escojamos los productos que vamos a ofertar en nuestro establecimiento.

Confiar excesivamente en el *boca a boca*, puede llevarnos a no alcanzar con suficiente rapidez el nivel de ventas mínimo para cubrir todos nuestros costes, procurando hacer el esfuerzo de aplicar alguna estrategia de comunicación.

La presencia en Internet es fundamental, aunque sea nuestro proyecto de escala modesta, pues nos permitirá ofrecer una imagen, sino diferenciada de la competencia, al menos igual que ellos.

Además, el abaratamiento de los diseños y los servicios de mantenimiento de este canal de promoción hacen que cualquiera tenga posibilidades de tener presencia en la Red.

Volvemos a referir a la lectora al apartado de [Bibliografía Recomendada](#) para tener unas primeras nociones de este elemento del marketing.